

**ПРОТОКОЛ**  
**заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе**  
**при Управлении Федеральной антимонопольной службы**  
**по Кировской области**

11.09.2019г.

г. Киров

Дата, время проведения: 11.09.2019, 15 часов 30 минут;

Место проведения: г. Киров, ул. К. Либкнехта, д. 55, Кировское УФАС России.

Председательствовал:

НИКОНОВА

Марина Леонидовна

руководитель Кировского УФАС России;

Присутствовали:

НИЗОВСКИХ

Нина Аркадьевна

доктор психологических наук, доцент кафедры практической психологии Вятского государственного университета;

ПОЗДНЯКОВА

Галина Викторовна

председатель Кировского отделения Союза дизайнеров России;

ОБЖЕРИН

Алексей Аркадьевич

руководитель Профессионального Клуба маркетологов Кировской области;

ПОЗДЯКОВ

Андрей Васильевич

председатель независимого экспертно-квалификационного совета Кировского регионального отделения Союза дизайнеров России;

МЕДВЕДЕВА

Ирина Валерьевна

декан факультета высшего образования Кировского филиала Аккредитованного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский финансово-юридический университет МФЮА», член Союза дизайнеров России;

ЛИЦАРЕВА

Ксения Станиславовна

кандидат филологических наук, доцент, декан филологического факультета Вятского государственного университета;

ДВОЙНИШНИКОВА

Юлия Михайловна

директор МКУ «Городская реклама»;

## ПОВЕСТКА ДНЯ:

### 1. Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

2. В Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области (далее – Управление) находится на рассмотрении обращение физического лица о несоответствии, по мнению заявителя, требованиям рекламного законодательства информации следующего содержания: *«Вторая пара обуви в подарок! г. Киров, <...>. Центр немецкой обуви. \*Кол-во товара, участвующего в акции, ограничено»*, размещенной на входной двери в магазин «Центр немецкой обуви», расположенный в г. Кирове по адресу: ул. Ленина, 39а, поскольку она вводит потребителей в заблуждение. Как указал в своем обращении заявитель, при покупке обуви в данном магазине ему не выдали вторую пару в подарок, пояснив, что акция закончилась.

Согласно письменным пояснениям продавца, покупателю не была предоставлена вторая пара обуви в подарок, поскольку в перечне товаров, участвующих в акции, приобретенный вид обуви отсутствовал.

Согласно ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

**Членам Экспертного совета предлагалось ответить на следующие вопросы:**

1. Является ли вышеуказанная информация рекламой?
2. Доводится ли в рекламе до потребителя информация о том, что перечень товаров, участвующих в акции, ограничен?
3. Вводит ли вышеуказанная информация потребителей в заблуждение относительно условий приобретения рекламируемого товара?

**Выступили:** Позднякова Г.В., Низовских Н.А., Обжерин А.А., Лицарева К.С., Поздняков А.В., Двойнишникова Ю.М., Медведева И.В., Метелева Н.В.

**Решили:** члены Экспертного Совета единогласно пришли к мнению о том, что вышеуказанная информация носит рекламный характер. При этом реклама содержит сведения об ограниченном перечне товаров, участвующих в акции: *«\*Кол-во товара, участвующего в акции, ограничено»*. Соответственно, реклама не вводит потребителей в заблуждение.

3. В Управлении находятся на рассмотрении материалы Управления Роскомнадзора по Кировской области по факту размещения в сети Интернет на сайте <https://gorodkirov.ru/>:

- статьи «Как провести выходные в Кирове: афиша со 2 по 4 августа», содержащей, в том числе, следующую информацию: *«С 1 августа в честь Дня рождения торгово-развлекательного центра «<...>» покупателей ждут сумасшедшие скидки до 70%, подарки и развлекательная программа. Чем не отличный вариант приобрести нужные вещи по сниженной цене и просто хорошо провести время», «А вот в РЦ <...> вас ждет День Рождения Шампанского. В связи с этим на шоу-программе будет разыграна бутылочка игристого, а на кое-какой всю ночь на будет скидка в 50%»* (ссылка - <https://gorodkirov.ru/content/article/kak-provesti-vyihodnyie-v-kirove-afisha-so-2-po-4-avgusta-20190802-1453>);

- статьи «Как провести выходные в Кирове: афиша с 12 по 14 июля», содержащей, в том числе, следующую информацию: *«Также в РЦ <...> намечается сладкая ночь под названием «День шоколада». Вход свободный до 22.00, до 23.00 он будет стоить 150 рублей, а после 23.00 — дам будут пропускать за 300 рублей, а господ - за 350 рублей», «А тем горожанам, кто*

находится в поисках развлечений для взрослых, можно посоветовать отправиться в <...> BAR, где запланировано выступление группы «Холодный чай». Вход свободный для девушек, молодые люди – за 200 рублей» (ссылка - <https://gorodkirov.ru/content/article/kak-provesti-vyihodnyie-v-kirove-afisha-s-12-po-14-iyulya-20190712-1443>).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

**Членам Экспертного совета предлагалось ответить на следующие вопросы:**

1. Является ли вышеуказанная информация рекламой?
2. Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

**Выступили:** Низовских Н.А., Лицарева К.С., Медведева И.В., Поздняков А.В., Позднякова Г.В., Двойнишникова Ю.М., Обжерин А.А.

**Решили:** члены Экспертного Совета единогласно пришли к мнению о том, что вышеуказанная информация носит рекламный характер. В данном случае использован классический рекламный ход: в информационную обзорную статью включены рекламные блоки, в которых привлекается внимание потребителей к объектам рекламирования (зрелищные мероприятия – шоу-программы в РЦ «День Рождения Шампанского», «День шоколада»; концерт группы «Холодный чай», день рождения ТРЦ). Наличие в статьях фраз: *«покупателей ждут сумасшедшие скидки до 70%, подарки и развлекательная программа. Чем не отличный вариант приобрести нужные вещи по сниженной цене и просто хорошо провести время», «В связи с этим на шоу-программе будет разыграна бутылочка игристого, а на кое-какой всю ночь на будет скидка в 50%», «намечается сладкая ночь», «тем горожанам, кто находится в поисках развлечений для взрослых, можно посоветовать»* с указанием стоимости входных билетов побуждает потребителей к посещению мероприятий.

4. В Управлении находится на рассмотрении дело № 043/05/5-386/2019, возбужденное по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по факту размещения у входа в цветочный магазин, расположенный по адресу: г. Киров, Октябрьский пр-т, 80, информации следующего содержания: *«Я ДАЛА ТВОЕМУ ДРУГУ ... прекрасную возможность порадовать своих близких ДАМ И ТЕБЕ...»* с изображением девушки.

Согласно части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

**Членам Экспертного совета предлагалось ответить на следующие вопросы:**

1. Является ли вышеуказанная информация рекламой?
2. Содержит ли вышеуказанная информация образы и (или) выражения, которые являются оскорбительными и (или) непристойными?
3. В отношении какой категории лиц использованные в рекламе образы и выражения являются оскорбительными, непристойными (в случае положительного ответа на предыдущие вопросы)?

**Выступили:** Позднякова Г.В., Лицарева К.С., Медведева И.В., Низовских Н.А., Поздняков А.В., Обжерин А.А., Двойнишникова Ю.М.

**Решили:** члены Экспертного Совета единогласно пришли к мнению о том, что вышеуказанная информация является рекламой. По мнению членов Экспертного совета,

реклама является вульгарной, пошлой. Фактически предложение в рекламе воспринимается как «Я ДАЛА ТВОЕМУ ДРУГУ .... ДАМ И ТЕБЕ...» за счет применения «закона края» - прочтению подлежит фраза в начале и в конце, середина текста за счет мелкого шрифта потребителем не замечается. Используемый образ девушки выглядит неприлично в совокупности с текстом рекламы. Такая реклама является оскорбительной для всех жителей города и вне зависимости от принадлежности к какой-либо категории граждан воспринимается непристойной.

5. В Управлении находится на рассмотрении обращение юридического лица по факту размещения в помещении Межрайонной ИФНС №14 по Кировской области на информационных стендах листовки следующего содержания: «*Единственный в Кирове центр оказания услуг для предпринимателей. Дерендяева 25. Единая площадка для развития Вашего бизнеса. <...> Все услуги без очередей и предварительной записи! 610000, г. Киров, ул. Дерендяева, д.25, понедельник – пятница с 9:00 до 17:30*» с фотоизображением здания ПАО «Сбербанк».

В целях реализации Постановления Правительства РФ от 17.02.2017 №209 «Правила организации деятельности многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг», Постановления Правительства Кировской области от 14.12.2017 №114-П на базе ПАО «Сбербанк» по адресу: г. Киров, ул. Дерендяева, 25, размещен единственный в Кировской области центр оказания услуг для бизнеса, предоставляющий услуги юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям и гражданам, планирующим начать предпринимательскую деятельность.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

**Членам Экспертного совета предлагалось ответить на следующие вопросы:**

1. Является ли вышеуказанная информация рекламой?
2. Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

**Выступили:** Позднякова Г.В., Лицарева К.С., Низовских Н.А., Метелева Н.В., Обжерин А.А., Двойнишникова Ю.М., Поздняков А.В., Медведева И.В.

**Решили:** члены Экспертного Совета пришли к мнению о том, что вышеуказанная информация носит рекламный характер (наличие коммерческого знака ПАО «Сбербанк», привлекающих внимание фраз: «*Единственный в Кирове*», «*Все услуги без очередей и предварительной записи!*»). В данном случае, по мнению членов Экспертного Совета, рекламируются услуги центра для предпринимателей, а также ПАО «Сбербанк». В целом листовка выглядит как коммерческий проект.

6. Информация о проведении Федеральной антимонопольной службой Всероссийского конкурса видеороликов среди школьников и студентов на антимонопольную тематику, приуроченного к 15-летию создания ФАС России принята к сведению членами Экспертного Совета.

Председатель Экспертного Совета

М.Л.Никонова

Секретарь Экспертного Совета

Н.В.Метелёва